

## КОГНИТИВНЫЕ ИСКАЖЕНИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

**Борисов Антон Юрьевич**  
Аспирант,  
РЭУ им. Г. В. Плеханова

### COGNITIVE BIASES AND ECONOMIC BEHAVIOUR

**A. Borisov**

#### Annotation

In this article are considered the main cognitive biases which can exert impact human decision making. Influence of each specific bias on economic activity of the person, scale of consequences for various spheres of his life represent the perspective direction of studying, both for the economic theory, and for psychology. Today similar researches are generally conducted in the field of Behavioral economics, the new direction of the economic theory which places emphasis on influence of psychological factors on economic activity.

**Keywords:** economic science, economic rationality, cognitive biases, behavioral economy, theory of limited rationality, economic thinking, time-inconsistent preferences, hyperbolic discounting, isolation error, endogenous preferences, loss aversion, diminishing sensitivity, social norms, intention-based reciprocity, social preferences, overconfidence effect, framing effect.

#### Аннотация

В данной статье рассматриваются основные когнитивные искажения, которые могут оказывать влияние на принятие решения человеком. Влияние каждого конкретного искажения на экономическую деятельность человека, масштабность последствий для различных сфер его жизни представляют собой перспективное направление изучения, как для экономической теории, так и для психологии. Сегодня подобные исследования в основном проводятся в рамках Поведенческой экономики, нового направления экономической теории, которое делает акцент на влиянии психологических факторов на хозяйственную деятельность.

#### Ключевые слова:

Экономическая наука, экономическая рациональность, когнитивные искажения поведенческой экономика, теория ограниченной рациональности, экономическое мышление, непоследовательные временные предпочтения, гиперболическое дисконтирование, ошибка изоляции, эндогенные предпочтения, отвращение к потерям, сокращающаяся чувствительность, социальные нормы, взаимность намерений, социальные предпочтения, чрезмерная уверенность, фрейминг.

Общепринятая на сегодня в неоклассической теории модель экономического человека опирается на допущение о его рациональности и склонности к максимизации пользы и минимизации убытков. Но вот уже на протяжении более 40 лет в западной экономической теории развивается направление, которое не абсолютизирует эти допущения, полагая, что далеко не всегда в реальной жизни поведение человека, связанное с той или иной формой экономической деятельности, вписывается в эту модель.

Во второй половине XX века был пересмотрен ряд положений, связанных с рациональностью человека как субъекта экономической деятельности. Одним из переломных моментов стала формулировка в конце 50-х годов американским ученым Гербертом Саймоном концепции ограниченной рациональности [2], которая предполагала, что поведение человека не может быть полностью рациональным хотя бы потому, что у него нет необходимых вычислительных способностей, чтобы каждый раз суметь точно оценить вероятность каждого возможного решения. И в большей степени, в результате, человек стремится достигнуть не некоторого максимального уровня, а всего лишь приемлемого, или же удовлетвори-

тельного (и эту планку он часто задает заранее). Таким образом, функция максимизации не в полной мере применима в повседневной жизни человека.

Саймон предположил, что решения экономических агентов в большей степени полагаются не на строгие вычисления (даже если и есть возможность их провести), а на эвристику – набор простых и неосознанных механизмов, помогающих быстро и достаточно эффективно принять решение, зачастую не опираясь на логику и рациональность.

Менее чем через 20 лет после указанной работы Саймона, выходит статья основателей поведенческой экономики Дэниэля Канемана и Амоса Тверски "Выбор при неопределенности: эвристика и искажения" [11] (Judgments Under Uncertainty: Heuristics and Biases), в которой авторы пытаются систематизировать существующие данные об эвристических механизмах и когнитивных искажениях при принятии решений экономическими агентами. К настоящему времени предложенная классификация уже не может считаться полной: сегодня выделяют не менее полусотни когнитивных искажений, которые могут повлиять на решение человека. Однако далеко

не все из них встречаются повсеместно, и можно остановиться лишь на некоторых из них. Интересная классификация была предложена профессором Университета Осло Стейнарлом Холденом [8, С 3–4]: он выделил 12 искажений, разделив их на три группы (табл. 1).

Первая часть объединяет когнитивные искажения, которые связаны с ограниченной рациональностью экономических агентов.

Эвристические суждения и выбор в условиях неопределенности по существу представляют собой уже описанный выше процесс принятия решения, который не опирается на точные расчеты, а в большей степени на привычные модели поведения в той или иной ситуации.

Склонность к подтверждению собственной точки зрения (confirmation bias) обычно проявляется в селективном использовании информации, ее предвзятой интерпретации и "отсеиванию" неподходящих воспоминаний [13]. Суть искажения состоит в том, что человек, формулируя некоторую гипотезу, или же имея некоторые убеждения, будет пытаться найти ей подтверждение, зачастую игнорируя объективные контраргументы. Подобного вопроса касаются поведенческие финансы: есть исследования, показывающие, как игроки на бирже продолжают вкладываться в активы, которые не имеют не только потенциала для роста, но даже могут быть явно переоценены, т.е. образуют "пузыри" на финансовом рынке [14]. Игнорируя объективные данные о состоянии и перспективах роста и имея уже некоторые инвестиции в конкретный актив, игрок может проигнорировать новую информацию, если она противоречит его убеждениям, сочтя ее ненадежной. И наоборот, даже информация из ненадежного источника, подтверждающая позицию игрока, будет им воспринята более серьезно.

Фрейминг (framing effect) проявляется в изменении реакции на одинаковую информацию, в зависимости от способа ее представления. В работе Канемана и Тверски "Фрейминг решения и психология выбора" [17] (The Framing of decisions and the psychology of choice) был представлен интересный эксперимент. Участникам было

предложено сделать выбор из двух возможных лечений от смертельной болезни, на основании данных об испытаниях на 600 пациентах. Первая формулировка была следующей: лечение А спасло 200 жизней, лечение В с вероятностью 33% спасло бы 600 человек, а с вероятностью 66% не спасло бы никого. Вторая формулировка: лечение А не помогло 400 пациентам, тогда как лечение В с вероятностью 33% помогло бы всем, а с вероятностью 66% не смогло бы помочь никому.

Лечение А в первой формулировке было выбрано 72% опрошенных, а во второй – только лишь 22%.

На первый взгляд может показаться незначительным масштабность влияния подобного когнитивного искажения на реальную жизнь, однако драматические события в России начала 90-х годов доказывают обратное.

В повседневной жизни каждый человек сталкивается с эффектом фрейминга. Он широко используется в маркетинге и при подаче экономической информации для искажения результатов (могут, например, относительные показатели заменяться на абсолютные, чтобы произвести большее или меньшее впечатление).

Чрезмерная уверенность (overconfidence effect) предполагает переоценку людьми своих способностей; обычно включает 2 вида искажений: иллюзию контроля (illusion of control) и ошибки планирования (planning fallacy).

Иллюзия контроля – это "убежденность индивида в том, что он контролирует события в большей мере, чем это есть на самом деле" [4]. Ошибка планирования же предполагает, что индивид недооценивает время, которое ему потребуется для выполнения задания. Канеман предположил, что основная причина ошибки планирования в том, что индивид обыкновенно рассматривает наиболее оптимистичный сценарий [12]. Это приближает его к другому искажению – оптимистическому искажению (optimism bias), которое в широком смысле описывает недооценку риска агентом [6]. Другим примером проявления этого искажения может быть отсутствие превентивных мер по предотвращению нежелательных со-

Таблица 1.

Основные когнитивные искажения.

Ограниченные когнитивные способности	Чувство справедливости и социальные нормы	Предпочтения и самоконтроль
1. Эвристические суждения и выбор в условиях неопределенности 2. Склонность к подтверждению собственной точки зрения 3. Фрейминг 4. Чрезмерная уверенность	5. Социальные предпочтения 6. Взаимность намерений 7. Социальные нормы	8. Гиперболическое дисконтирование 9. Ошибка изоляции 10. Эндогенные предпочтения 11. Отвращение к потерям 12. Сокращающаяся чувствительность

бытий, ввиду чрезмерной уверенности, например, в стабильности системы (в экономическом плане – финансовой устойчивости компании, экономики государства, финансового сектора и т.п.).

Во вторую часть профессор Холден выделил искажения, которые противоречат классическому представлению об экономическом человеке, как о мотивированном только лишь своими материальными интересами.

Социальные предпочтения (social preferences) предполагают, что получаемая польза оценивается в соответствии с тем, сколько получают другие игроки, и может выражаться в нескольких формах: альтруизме (полезность растёт, если растёт благосостояние других), солидарности дохода (доход оценивается относительно уровня дохода других) и неприятии неравенства [8].

Важную роль последние два пункта играют при восприятии уровня заработной платы. Исследования Джорджа Акерлофа и Джанет Йеллен показали, что на производительность труда в большей степени будет оказывать влияние не изменение уровня заработной платы, а то, насколько справедливой ее считает работник [5]. А вот оценку эту работник будет производить, сопоставляя свою заработную плату с другими. Другие американские экономисты, Канеман, Кнетч и Талер, показали, что новый сотрудник обыкновенно сравнивает свою зарплату со средней по рынку, а вот уже проработавший некоторое время – с зарплатами внутри фирмы [10].

Взаимность намерений (intention-based reciprocity) означает, что субъект экономических отношений склонен оценивать намерения других игроков и отвечать соответственно, т.е. "справедливо" ("добром на добро", "доверием на доверие" и наоборот). Отчасти это отражает обычные социальные отношения между людьми.

Эмпирические исследования, проведенные профессором Университета Амстердама Фердинандом фон Сименсом, показали, что увеличение контроля (более частый мониторинг, например) над сотрудниками снижает их производительность [16]. По мнению автора, причина кроется в том, что сотрудник воспринимает отсутствие навязчивого контроля как своего рода "доверие" со стороны руководства, которое он должен оправдать. Хотелось бы подчеркнуть, что исследования Сименса проводили в странах Западной Европы, где наиболее высока доля занятых в сфере услуг и где стандарты деловой этики невероятно высоки; возможно, его выводы не вполне применимы, например, к Российским реалиям.

По данным других исследований [6], "взаимность" в отношениях между руководством и сотрудниками является важным мотивирующим фактором. Чувство справедливости и удовлетворенности благотворно сказывается на росте производительности.

Социальные нормы (social norms), вероятно, являются наиболее известным когнитивным искажением, влияющим на принятие решения. В общем виде они выражаются в том, что мнение человека (или решение) формируется под влиянием того, как оно может быть воспринято его окружением и какие это может иметь последствия. "Престижное потребление" (феномен, известный уже более века и впервые упомянутый Торстейном Вебленом в его книге "Теория праздного класса" [3]) является одним из вариантов влияния данного искажения на поведение потребителя, поскольку в данном случае полезность товара определяется тем, какое он может произвести на окружающих впечатление.

Третья часть искажений, выделенных в классификации Холдена, связана с противоречием между классическим утверждением о максимизирующем поведении экономического агента и отклонениями от этой модели.

Гиперболическое дисконтирование (hyperbolic discounting), или непоследовательные временные предпочтения (time-inconsistent preferences), по сути проявляется в том, что события, которые произойдут в ближайшее время, имеют для человека большее значение, чем те, которые случатся нескоро [7]. Касается это искажение, в первую очередь, межвременного выбора. Сегодня во множестве учебников по поведенческой экономике приводится ставший классическим эксперимент [1]: испытуемому предлагают взять 5\$ сейчас или же 10\$ через неделю; несмотря на то, что даже без каких-либо расчетов понятно, что идеальным рациональным решением было бы выбрать второй вариант, большинство испытуемых все-таки выбирает первый.

Идею гиперболического дисконтирования можно сформулировать и иначе: отдаленные негативные последствия событий могут не приниматься во внимание, ввиду наличия в ближайшей перспективе некоторых положительных последствий. Конкретным примером может служить загрязнение окружающей среды крупными промышленными производствами: перспектива быстрой прибыли не сопоставляется с отдаленными негативными последствиями в виде, например, разрушения экосистемы. То же касается и роста выбросов углекислого газа, которое продолжается, несмотря на многочисленные авторитетные исследования, показывающие, к каким катастрофическим последствиям это может привести.

Другой проблемой, связанной с гиперболическим дисконтированием, является проблема накопления сбережений [1.–С.125–126]: распространение и доступность потребительского кредитования привели к тому, что сегодня откладывают на будущее из своих доходов только единицы. В результате феноменально растет задолженность населения.

Ошибка изоляции (isolation error) – разделение собы-

тий и их результата. Например, отказ от незначительного риска, несмотря на то, что его принятие приведет к значительным положительным последствиям [8].

Эндогенные предпочтения (endogenous preferences) – "предпочтения, которые не могут считаться заданными, но проявляются при индивидуальных внутренних ответах на внешние стимулы" [19]. Обычно подобные "предпочтения проявляются несколько неожиданным образом, выходящим за границы неоклассического представления об экономическом поведении.

В книге профессора MIT Дэна Ариэли "Поведенческая экономика" показан "механизм" работы эндогенных предпочтений [1]: некоторая компания, занимавшаяся сбором донорской крови, начала предлагать вознаграждение своим донорам, и сразу после этого столкнулась с их резким оттоком. Казалось бы, следуя неоклассической модели, количество доноров должно было бы возрасти, поскольку возросла материальная выгода, однако же эффект оказался противоположным. Связано это, очевидно, с тем, что материальный стимул в определенных ситуациях может быть второстепенным, или же вовсе не играть никакой роли: на первый план выходят другие мотивы человеческой деятельности.

Отвращение к потерям (loss aversion), или эффект вложения (endowment effect), предполагает, что индивид приписывает большую ценность объекту, которым он обладает [9]. Неоклассическая теория утверждает, что индивид проявит склонность к обмену, если цена, предложенная за некоторый объект, находящийся в его соб-

ственности, будет выше уплаченной им ранее цены и сумме издержек на его содержание. Однако экспериментальные данные показывают, что это часто бывает не так [1.–С.150]: обладание объектом заставляет владельца переоценивать его реальную стоимость, поскольку опыт владения и пользования не позволяет более воспринимать объект отдельно от себя.

При сокращающейся чувствительности (diminishing sensitivity) индивид в большей степени воспринимает изменение дохода, близкое к некоторой точке отсчета [18]. Например, потеря 50 рублей из 100 кажется большей, чем потеря 50 рублей из 1000.

Как было сказано в начале, сегодня выделяют не менее полусотни когнитивных искажений, которые могут в той или иной степени повлиять на экономическое поведение индивида. В данной работе на основании классификации, предложенной профессором Университета Осло Стейнаром Холденом, были рассмотрены 12 когнитивных искажений, некоторые определения были вперые даны на русском языке.

Влияние каждого конкретного искажения на экономическую деятельность человека, масштабность последствий для различных сфер его жизни представляют собой перспективное направление изучения, как для экономической теории, так и для психологии.

Однако уже сейчас было бы неразумно не признавать важности проведенных исследований и полученных результатов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ариэли Д. Поведенческая экономика. М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2013
2. Блауг М. 100 великих экономистов после Кейнса. СПб.: Экономикс, 2009
3. Веблен Т.Б. Теория праздного класса. М: Прогресс, 2011
4. Жмуров В.А. Большой толковый словарь терминов психиатрии. М.: Джангар, 2010
5. Akerlof, G.A., Yellen, J.L. (1990). "The fair wage-effort hypothesis and unemployment". Quarterly Journal of Economics, 105
6. Cortes, D. F. (2002). "Intention-Based Economic Theories of Reciprocity". Revista de Economia del Rosario, Vol. 5, No. 2
7. Green, L.; Fry, A. F.; Myerson, J. (1994). "Discounting of delayed rewards: A life span comparison". Psychological Science 5 (1): 33–36.
8. Holden S. (2012). "Implications of insights from behavioral economics for macroeconomic models". Norges Bank's working papers 2012/12
9. Kahneman, D.; J. L. Knetsch and R. H. Thaler (1990). "Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem". Journal of Political Economy 98 (6): 1325–1348.
10. Kahneman, D.; J.K. Knetsch, and R. Thaler (1986). "Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market". The American Economic Review 76 (4)
11. Kahneman, D.; Slovic, P.; Tversky, A. (1982). Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 3–20
12. Kahneman, D.; Tversky, A. (1979). "Intuitive prediction: biases and corrective procedures". TIMS Studies in Management Science 12: 313–327.
13. Nickerson, R. S. (1998). "Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises". Review of General Psychology 2 (2): 175–220.
14. Pompian, M. M. (2006), Behavioral finance and wealth management: how to build optimal portfolios that account for investor biases, John Wiley and Sons
15. Shepperd, J. A.; Patrick Carroll; Jodi Grace; Meredith Terry (2002). "Exploring the Causes of Comparative Optimism". Psychologica Belgica 42: 65–98.
16. Siemens, F. (2011), Intention-Based Reciprocity and the Hidden Costs of Control. CESIFO WORKING PAPER NO. 3553
17. Tversky, A.; Kahneman, D. (1981). "The Framing of decisions and the psychology of choice". Science 211 (4481): 453–458.
18. <http://web.utk.edu/~wneilson/Hill-Neilson.pdf>
19. [http://www.encyclo.co.uk/define/Endogenous\\_preferences](http://www.encyclo.co.uk/define/Endogenous_preferences)